

Е. С. Павленок

Научный руководитель

Д. А. Казанникова

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

МНОГООБРАЗИЕ КУЛЬТУР В ГЛОБАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ, А ТАКЖЕ ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ НА БИЗНЕС

В осмыслении современных глобальных процессов проблемы культуры занимают приоритетное место, порождая множество дискуссий и разногласий, в частности, в оценке влияния глобализации на культурную сферу общественной жизни. Цель данного исследования – оценить значение культурного многообразия в инновационном мире, а также влияние культуры на бизнес.

Культурное разнообразие является фундаментальным аспектом современного общества, обогащающим нашу жизнь и пронизывающим ее каждый аспект. Оно отражает множество традиций, обычаев и уникальных идентичностей, которые формируют нашу культурную среду. В современном мире мы сталкиваемся с растущей необходимостью понимания и ценности этого разнообразия, осознавая его важное значение для устойчивого развития общества. Глобализация – это процесс всемирной интеграции и взаимодействия стран, культур, экономик и технологий. Она охватывает множество сфер, таких как экономика, политика, культура, наука и технологии, и способствует созданию взаимосвязанного и взаимозависимого мира.

Проявление глобализации на уровне материальной культуры вызывает меньшее беспокойство, чем ее влияние на духовную культуру. В значительной степени этому способствует то, что для распространения и взаимовлияния различных идей, учений, верований и т. п. теперь нет серьезных препятствий или границ. Значимые научные открытия, выдающиеся литературные произведения и популярные песни быстро находят отражение на множестве языков по всему миру, а мелодии или лучшие образцы моды с феноменальной скоростью разносятся по миру [1].

Еще большие возможности для широкого распространения материальной и духовной культуры появились с конца XIX в., когда бурное развитие получили новые средства транспорта (железные дороги, автомобили), а также средства массовой коммуникации (телефон, радио, кино, телевидение). К концу XX в. глобализация охватила уже практически все сферы общественной жизни. В итоге взаимодействие и взаимопроникновение различных культур привело к формированию общечеловеческой, глобальной культуры, которая уже сегодня хорошо просматривается практически во всех странах и на всех континентах. Эти отмеченные процессы культуры оказывают интегрирующее воздействие на мировоззрение людей, независимо от их национальной, этнической или расовой принадлежности [1].

Культура является важной составляющей общественной жизни, оказывающей значительное влияние на все сферы человеческой деятельности, включая бизнес и инновации. Она формирует систему ценностей, поведенческие модели и подходы к решению задач, которые лежат в основе предпринимательской и инновационной активности.

В условиях глобализации именно культурное разнообразие позволяет создавать новые идеи, подходы и продукты, обогащая творческий процесс и повышая конкурентоспособность организаций. Экономическая, технологическая и социальная культуры создают уникальную основу для развития новаторских решений, определяя способы использования ресурсов и взаимодействия между людьми.

Изучение взаимосвязи культуры с инновационными процессами и бизнесом становится особенно актуальным, поскольку это позволяет выявить скрытые факторы, способствующие или препятствующие развитию компаний в современном мире. Примером адаптации бизнеса к культурным особенностям является IKEA. В Индии компания делает акцент на семейные ценности, а в США – на удобство и минимализм. Это помогает бренду завоевывать доверие клиентов в разных странах.

У культуры есть главная задача в компании: создать безопасное поддерживающее пространство, в котором участники смогут беспрепятственно создавать и развивать свои идеи и также идеи компании. Благодаря этому можно понять, готовы ли участники проявлять инициативу, умеют ли они разрешать конфликты и работать в командах. Культура помогает сотрудникам в компании действовать осмысленно, обеспечивая оправдание их поведению, ведь она создает определенные рамки ценностей, норм и поведения. В организациях, где ценится риск, сотрудник идет на него, зная, что в случае неудачи он не будет наказан и что из неудачи будут извлечены уроки на будущее. Оправдываемые таким образом действия усиливают существующее поведение, если оно еще и вписывается в ситуацию. Этот процесс является источником средств для изменения самой культуры. Поскольку люди используют культуру для оправдания поведения, то можно изменять культуру через изменение в поведении [2].

Для успешного осуществления предпринимательской деятельности в условиях разных культур необходимо учитывать ряд особенностей коммуникативных взаимодействий на международном рынке товаров и услуг. Во-первых, следует различать императивы (что следует знать), что является специфичным для усвоения иностранцем (эксклюзивы), что находится в пределах так называемой «серой зоны», когда иностранцу простительна его неинформированность (нейтральность). Во-вторых, необходимо развивать в себе инстинктивную способность так общаться с иностранцами, чтобы ваши действия были естественными и приемлемыми для них [3].

При создании совместных предприятий важно учитывать культуру международных коммуникаций. В этом случае очень важным является учет организационной культуры фирм, вступающих в совместное взаимодействие для решения общих производственно-коммерческих целей. При рассмотрении адаптации культуры в международных бизнес-коммуникациях важно также учитывать различия в постановке проблем и принятии управленческих решений, так как все это является отражением соответствующих ценностей и норм поведения.

Влияние культуры на эффективность бизнеса, прежде всего, определяется осуществлением успешного маркетинга. Здесь важна зависимость личного успеха от успеха предприятия. Речь, по сути дела, идет о корпоративной идентичности, определяемой тремя компонентами: информированность о своем предприятии, представление о предприятии и о своей роли на нем [3].

Культурное многообразие в глобальном обществе создает как вызовы, так и возможности для бизнеса. Адаптация к различиям усиливает инновации, улучшает взаимодействие в командах и укрепляет рыночные позиции, тогда как игнорирование культурных особенностей может снизить эффективность и привести к конфликтам. Интеграция культурного многообразия становится ключом к устойчивости на рынке.

Список использованной литературы

1. **Чумаков, А. Н.** Культура в глобальном мире: содержание и формы проявления / А. Н. Чумаков // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2022. – № 17-2. – С. 183–189.
2. **Механизм** влияния культуры на бизнес // Studbooks.net. – URL: https://studbooks.net/1469762/menedzhment/mehanizm_vliyaniya_kultury_biznes?ysclid=m81tpcd3gu80280495 (дата обращения: 09.03.2025).
3. **Попов, А. Н.** Влияние культуры на эффективность бизнеса / А. Н. Попов, Г. Н. Пряхин // Вестник ЧелГУ. – 2005. – № 1. – С. 24–29.